



Vittorio Castelli
Presidente e Co-founder
Johannes

Daniele Lazzari
Ceo e Co-founder
Johannes

Elena Colombo
ADV express TV

Partner

Castelli - Lazzari : "Johannes cavalca la ripartenza del mercato con innovazione, si prepara al lancio delle unit dedicate a gaming e video content e punta a crescere di oltre il +40% entro fine anno"

Il presidente Vittorio Castelli e il Ceo Daniele Lazzari raccontano ad ADVexpress le novità della social live agency in questa fase di new normal del mercato e il trend positivo di incremento del business che la caratterizza.

La ripartenza del mercato della comunicazione e degli eventi ha portato un grande fermento anche in Johannes, una delle più affermate social live agency, di cui oggi incontriamo i founder **Vittorio Castelli** (presidente) e **Daniele Lazzari** (Ceo), per farci raccontare le interessanti novità in arrivo, complice un'attitudine continua della sigla alla sperimentazione e all'innovazione in risposta alle esigenze delle aziende.

Si parte con il lancio di due nuove unit: *Playground*, dedicata alle attività di **gaming**, e una seconda dedicata a un altro trend, il **video content**.

Due innovazioni nate sull'onda di un crescente richiesta, da parte delle aziende, di advergaming, gamification e soluzioni per creare engagement per gli utenti, che l'agenzia ha saputo cavalcare grazie alle proprie expertise tecnologiche e alla creazione inhouse di tool e software di AR. Interessante, come racconta Lazzari, l'attivazione retail ideata dall'agenzia a Cosmoprof per un noto brand del beauty, che consente di ingaggiare le persone con contenuti video fotografici dotati di filtri in augmented reality e postabili sui social. Si rafforza inoltre la domanda, all'agenzia, soprattutto da parte di brand del beauty, del fashion e della tecnologia, di installazioni fisiche all'interno del retail, così come si conferma grande interesse del mercato per progetti di natura phygital.

Come spiega Vittorio Castelli, Johannes sta inoltre curando, per un marchio del fashion che ha scelto per la terza volta l'agenzia, un importante progetto di engagement instore riguardante ben 80 punti vendita in Europa.

Anche grazie a questo spirito intraprendente e alla forte componente di engagement dei propri progetti, la sigla registra un ottimo trend di crescita del **+40%** in questa prima parte dell'anno, apprestandosi a chiuderlo con un risultato ancora migliore.